

**AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DALAM MENYAMPAIKAN
INFORMASI PROGRAM KELUARGA BERENCANA
DI BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA
BERENCANA NASIONAL PROVINSI RIAU**

Skripsi
Diajukan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)



**DISUSUN OLEH:
HIKMAH MUFTIANA
10843003705**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2012**

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam penulis kirimkan buat junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia ke alam yang penuh cahaya keimanan dan ilmu pengetahuan.

Skripsi dengan judul “Aktivitas *Media Relations* Dalam Menyampaikan Informasi Keluarga Berencana Di Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau”, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan dalam berbagai bentuk dari segenap keluarga khususnya ayah dan ibu, saudara-saudaraku tercinta (Zainul Fikri, Salmah Hidayah, Muhammad Khairudin). Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih atas semangat dan pengorbanan yang penulis terima. Di samping itu, penulis juga menerima bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis. Jadi, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan dengan penuh hormat ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir Karim selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta seluruh stafnya.

2. Bapak Prof. Dr. Amril M, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Nurdin Abd Halim, MA selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
4. Bapak Musfialdy, M.Si dan Bapak Toni Hartono, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen, yang telah memberi bekal ilmu yang tidak ternilai harganya selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Ilmu Komunikasi, dan yang tak bosan-bosan memberi nasehat dan motivasi Bapak Masduki, M. Ag.
6. Bapak Dr. Yasril Yazid, M.IS selaku Penasihat Akademik.
7. Bapak Drs. Ary Goedadi selaku Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau yang telah memberikan izin penelitian.
8. Bapak Donni Irawan, BA selaku Kasubbid Advokasi & KIE yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.
9. Ledi Yanetri dan Ilham M Yasir yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi yang dibutuhkan terkait penelitian penulis.
10. Kak Ulfa, Kak Ra, Bang Wawan, Bang Raman, Bg uki, Kak Umi, Afni yang telah menjadi penyemangat dan tempat berkeluh kesah penulis selama ini.
11. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi khususnya angkatan 2008 dan juga sahabat-sahabat terbaik, Bang Ari, Kak Aisyah, Rosi, Weni, Waid, Fatimah,

Dewi, Yurike, Mbok e, Aca, dan Sari yang membantu dan memberikan motivasi selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

12. Teman-teman kost penulis di Pondokan Jihan 2 (Ana, Ika, Nunung, Kak Maya, Kak Sari, Selpi, Yuni, Siti) dan teman-teman KKN penulis, Kel. Pangkalan Kasai, Kec. Seberida, Kab. Indragiri Hulu (Kiki, Cici, Eni, Nurul, Uhkti Santi, Irul, Pak Lek, Wahyu, Pak Kordes, Pak Korcam) yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
13. Teman-teman seperjuangan di Pramuka UIN Suska Riau yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih atas pengalaman dan pembelajaran yang penulis dapatkan selama ini.
14. Kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini, mudah-mudahan amal ibadahnya di terima Allah SWT.

Akhirnya, semoga segala amal jariah dibalas dengan balasan yang berlipat ganda oleh Allah Swt. *Amin amin ya robbal 'alamin.*

Pekanbaru, Februari 2012
Penulis

HIKMAH MUFTIANA
NIM. 10843003705

ABSTRAK

AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI PROGRAM KELUARGA BERENCANA DI BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL PROVINSI RIAU

Media relations merupakan bagian dari *public relations* yang sangat perlu untuk dijalankan oleh suatu organisasi atau instansi. Pentingnya media selain sebagai alat penyampai informasi kepada masyarakat, juga merupakan alat pembentuk lingkungan simbolik bagi pemahaman masyarakat terhadap realitas sosial, pembentukan sikap dan perilaku. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau yang mempunyai visi dan misi mewujudkan pembangunan berwawasan kependudukan dan mewujudkan keluarga kecil bahagia sejahtera juga melakukan aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program keluarga berencana. Aktivitas *media relations* yang merupakan tanggungjawab *public relations* inilah yang dikaji oleh penulis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program keluarga berencana di Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau.

Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Kegiatan yang dilakukan dalam metode penelitian tersebut yaitu pengumpulan data berdasarkan kenyataan di lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan data yang diperoleh tersebut kemudian dilakukan analisa dan menginterpretasikan arti data yang dimaksud.

Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau berupa *in-house journal* dengan cara menulis *release*, kemudian dikirim kepada pihak media massa, *press conference* dengan cara mengundang wartawan media massa secara resmi, *press tour* dengan cara mengajak wartawan pada *event-event* khusus kemudian wartawan akan meliput kegiatan secara langsung, *press gathering* dengan mengundang wartawan media massa dalam acara resepsi atau seremonial dan diakhiri dengan makan bersama, *press briefing* dengan melakukan diskusi atau dialog interaktif dalam kegiatan pelatihan, *press statement* langsung disampaikan oleh Kepala BKKBN Provinsi Riau dengan cara mengundang wartawan media massa, *press interview* dengan cara mengadakan perjanjian antara kedua belah pihak untuk melakukan wawancara, *news clipping* dengan cara mengumpulkan berita-berita yang ada, kemudian digunting dan disusun sebagai bahan dokumentasi BKKBN Provinsi Riau. Aktivitas *media relations* tersebut berisi informasi mengenai arti, manfaat KB, pengetahuan cara ber-KB dan metode kontrasepsi serta penjelasan mengenai penggunaan dan pemilihan alat kontrasepsi.

ABSTRAK

AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI PROGRAM KELUARGA BERENCANA DI BADAN KEPENDUDUKAN DAN KELUARGA BERENCANA NASIONAL PROVINSI RIAU

Media relations merupakan bagian dari *public relations* yang sangat perlu untuk dijalankan oleh suatu organisasi atau instansi. Pentingnya media selain sebagai alat penyampai informasi kepada masyarakat, juga merupakan alat pembentuk lingkungan simbolik bagi pemahaman masyarakat terhadap realitas sosial, pembentukan sikap dan perilaku. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau yang mempunyai visi dan misi mewujudkan pembangunan berwawasan kependudukan dan mewujudkan keluarga kecil bahagia sejahtera juga melakukan aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program keluarga berencana. Aktivitas *media relations* yang merupakan tanggungjawab *public relations* inilah yang dikaji oleh penulis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program keluarga berencana di Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau.

Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Kegiatan yang dilakukan dalam metode penelitian tersebut yaitu pengumpulan data berdasarkan kenyataan di lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan data yang diperoleh tersebut kemudian dilakukan analisa dan menginterpretasikan arti data yang dimaksud.

Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau berupa *in-house journal* dengan cara menulis *release*, kemudian dikirim kepada pihak media massa, *press conference* dengan cara mengundang wartawan media massa secara resmi, *press tour* dengan cara mengajak wartawan pada *event-event* khusus kemudian wartawan akan meliput kegiatan secara langsung, *press gathering* dengan mengundang wartawan media massa dalam acara resepsi atau seremonial dan diakhiri dengan makan bersama, *press briefing* dengan melakukan diskusi atau dialog interaktif dalam kegiatan pelatihan, *press statement* langsung disampaikan oleh Kepala BKKBN Provinsi Riau dengan cara mengundang wartawan media massa, *press interview* dengan cara mengadakan perjanjian antara kedua belah pihak untuk melakukan wawancara, *news clipping* dengan cara mengumpulkan berita-berita yang ada, kemudian digunting dan disusun sebagai bahan dokumentasi BKKBN Provinsi Riau. Aktivitas *media relations* tersebut berisi informasi mengenai arti, manfaat KB, pengetahuan cara ber-KB dan metode kontrasepsi serta penjelasan mengenai penggunaan dan pemilihan alat kontrasepsi.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	5
C. Penegasan Istilah.....	6
D. Permasalahan	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Teoritis.....	9
G. Konsep Operasional	24
H. Metode Penelitian	26
I. Sistematika Penulisan	29
 BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah BKKBN Provinsi Riau.....	31
B. Visi dan Misi BKKBN Provinsi Riau.....	33
C. Tugas Pokok BKKBN Provinsi Riau.....	33
D. Fungsi BKKBN Provinsi Riau.....	34
E. Grand Strategi BKKBN Provinsi Riau	35
F. Susunan Organisasi BKKBN Provinsi Riau	36
 BAB III PENYAJIAN DATA	
A. Aktivitas <i>Media Relations</i>	45
B. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	57
 BAB IV ANALISA DATA	
A. Aktivitas <i>Media Relations</i>	61
B. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	71
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Aktivitas *Media Relations* Dalam Menyampaikan Informasi Program Keluarga Berencana Di Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau

Di era reformasi ini, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau sebenarnya sedang menghadapi tantangan, yaitu bagaimana memberi informasi yang mencerahkan, dalam arti komunikasi yang bersifat informatif, yang mampu memberi informasi secara jelas dan mengena, sekaligus bermakna dan memiliki nilai-nilai edukatif sehingga terjadi perubahan sikap dan perilaku yang positif di masyarakat. Informasi yang akan disampaikan harus dipublikasikan dan disosialisasikan kepada masyarakat, oleh karena itu dibutuhkan media massa untuk membantu mensosialisasikan salah satu program dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau yaitu program Keluarga Berencana (KB).

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau menjalin hubungan atau kerjasama dengan media, baik media cetak maupun elektronik dalam rangka mensosialisasikan program KB. Tujuannya adalah agar masyarakat lebih mengetahui tentang arti KB, manfaat KB, penggunaan dan pemilihan alat kontrasepsi yang cocok, sehingga pencapaian target BKKBN setiap bulan terus meningkat (Donni, wawancara 12 Januari 2012).

Peranan media massa dalam penyebaran informasi mengenai seluruh kegiatan, program-program instansi dan pembentukan persepsi sangat dibutuhkan. Kerjasama yang terjalin antara BKKBN Provinsi Riau dan pihak media massa adalah kerjasama yang saling menguntungkan (simbiosis mutualisme). BKKBN Provinsi Riau membutuhkan fungsi dari peranan pihak media massa untuk menunjang aktivitas *media relations*, sebaliknya pihak media massa juga membutuhkan informasi dari BKKBN Provinsi Riau.

Kerjasama dilakukan dengan berbagai media massa, yaitu media cetak dan elektronik. Media cetak berupa Koran dan media elektronik berupa radio dan televisi. Banyak media cetak yang bekerjasama dengan BKKBN Provinsi Riau, hampir semua media cetak, mulai dari Riau Pos, Pekanbaru Pos, Haluan Riau, Metro Riau, Tribun, Pekanbaru MX dll. Sedangkan radio, BKKBN Provinsi Riau bekerjasama dengan radio Barabhas, dan kerjasama dengan televisi yaitu TVRI Riau dan Riau TV (Edi Maisa, 13 Januari 2012).

Berdasarkan wawancara dengan Ilham M Yasir (14 Januari 2012), Ketua Aliansi Jurnalis Independent (AJI) Pekanbaru mengatakan bahwa BKKBN Provinsi Riau memang sangat membutuhkan kerjasama dengan pihak media massa dalam membantu mensosialisasikan program-program BKKBN terutama program KB, mengingat masyarakat modern saat sekarang ini sudah tidak terlalu peduli kepada program pemerintah. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan media massa sebagai alat penyampai informasi.

Untuk terjalin relasi yang erat dan kerjasama yang baik, maka BKKBN membentuk suatu forum yang diberi nama Ikatan Penulis Keluarga Berencana. Hampir semua media massa bergabung dalam forum ini. Forum ini bertujuan

untuk menampilkan tulisan-tulisan dan tayangan yang berkualitas dalam membantu sosialisasi program Keluarga Berencana.

Aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program KB di BKKBN Provinsi Riau adalah sebagai berikut:

1. *In House Journal*

Dari wawancara yang dilakukan dengan salah seorang staff Advokasi & KIE, Rudi (16 Januari 2012), *in house journal* yang dilakukan adalah *press release*, penyediaan buletin, majalah dan brosur. *Press release* dibuat oleh staff Advokasi & KIE kemudian dikirim kepada media massa untuk dipublikasikan. *Press release* berisi informasi mengenai kegiatan-kegiatan BKKBN Provinsi Riau dan program KB.

Dari wawancara yang dilakukan dengan salah satu wartawan media elektronik Riau TV, Ledi (17 Januari 2012), ia mengatakan bahwa *press release* yang dikirim oleh BKKBN ke pihak media massa berisi informasi mengenai program-program KB, seperti manfaat KB, tata cara ber-KB, penggunaan alat kontrasepsi, serta kegiatan-kegiatan sosialisasi program KB lainnya.

Majalah dan buletin yang diterbitkan langsung oleh BKKBN Provinsi Riau sebenarnya tidak ada. Hanya saja bulletin dan majalah yang ada itu adalah kiriman dari BKKBN Pusat yang secara rutin mengirim ke setiap provinsi sebagai bahan bacaan internal BKKBN Provinsi Riau ataupun pihak luar yang datang berkunjung ke BKKBN Provinsi Riau. Buletin, majalah itu tidak dipublikasikan kepada media massa. Majalah dan buletin tersebut berisi informasi terbaru, misalnya mengenai kekurangan dan

kelemahan dari masing-masing alat kontrasepsi, cara penggunaan alat kontrasepsi yang tepat, dll (Donni, 12 Januari 2012).

Berdasarkan observasi penulis pada tanggal 20 Januari 2012, majalah, buletin dan brosur tersebut diterbitkan oleh BKKBN Pusat per edisi terbit, kemudian dikumpulkan di perpustakaan BKKBN Provinsi Riau sebagai bahan bacaan bagi karyawan-karyawan dan pengunjung BKKBN Provinsi Riau. Informasi yang disampaikan meliputi kegiatan-kegiatan program KB, informasi terbaru mengenai program KB, dll.

2. *Press Conference*

Press conference biasanya dilakukan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Diakhir acara, pihak BKKBN akan menyelenggarakan *press conference* dengan pihak media massa yang telah diundang secara resmi. Dalam kegiatan ini, BKKBN Provinsi Riau akan menyampaikan informasi mengenai program serta mengajak atau menghimbau kepada pihak media massa untuk membantu menyuarakan lewat tulisan ataupun lisan mengenai pentingnya program KB serta menyampaikan pengetahuan mengenai manfaat KB, cara penggunaan alat kontrasepsi, dan hal lain yang bersangkutan dengan informasi program KB (Donni, wawancara 12 Januari 2012).

Press conference sangat sering dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau. Karena memang ada program serta anggaran tersendiri untuk mengadakan kegiatan ini (Rudi, 16 Januari 2012).

Ledi (17 Januari 2012) mengatakan bahwa semua media cetak dan elektronik yang ada di Pekanbaru diundang secara resmi untuk menghadiri *press conference* tersebut. Biasanya *press conference* diadakan seiringan dengan kegiatan yang dilakukan BKKBN Provinsi. Biasanya informasi

yang diberikan dalam *press conference* tersebut berkaitan dengan tema kegiatan tersebut. Disela-sela *press conference* tersebut, juru bicara BKKBN Provinsi yang biasanya langsung disampaikan oleh Bapak Drs. Ary Goedadi selaku Kepala BKKBN Provinsi Riau terus menghimbau semua pihak media massa yang hadir untuk membantu mensosialisasikan program KB.

3. *Press tour*

Wartawan dari beberapa media massa diajak berkunjung ke suatu tempat atau daerah guna meliputi dan mewawancarai secara langsung kegiatan-kegiatan yang dilakukan disana.

BKKBN Provinsi Riau juga memiliki anggaran tersendiri untuk *press tour*. Wartawan diikutsertakan langsung dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh BKKBN, seperti kemaren ada kegiatan pelayanan KB ke Dumai, dan kemudian acara studi banding ke Bandung. Sering sekali kegiatan *press tour* ini dilakukan. Tujuannya untuk lebih mendekatkan hubungan dengan pihak media massa (Donni, 12 Januari 2012).

Press tour ini memang pernah dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau. Tetapi tidak semua pihak media massa yang diikutsertakan (Ledi, 17 Januari 2012).

4. *Press Gathering*

Berupa jamuan pers atau wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal atau informal. Dalam wawancara dengan Yulvayanti (13 Januari 2012), ia mengatakan bahwa kegiatan ini pernah dilakukan oleh BKKBN Provinsi

Riau, salah satu contohnya pada kegiatan Hari Keluarga Nasional setiap tanggal 26 Juni. BKKBN Provinsi Riau secara resmi mengundang pihak media massa untuk hadir di *event* tersebut.

Wartawan dari berbagai media massa diajak makan bersama, mengikuti serangkaian acara tersebut. Dan biasanya diakhir acara, BKKBN Provinsi Riau akan memberikan informasi seputar program KB seperti, pencapaian target KB, penggunaan masing-masing alat kontrasepsi, dll (Rudi, 16 Januari 2012).

Manfaat dari *press gathering* ini adalah lebih mengeratkan hubungan kerjasama yang terjalin antara pihak media massa dengan BKKBN Provinsi Riau, membangun relasi dan membuat pekerjaan lebih mudah dan hubungan yang terjalin lebih intens (Ledi, 17 Januari 2012).

5. *Press Briefing*

Jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara periodik dengan sistem diskusi atau dialog terbuka. Ini pernah dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau, seperti dialog interaktif live yang ditayangkan oleh media elektronik. Di kegiatan inilah BKKBN Provinsi Riau bisa langsung melakukan komunikasi dengan masyarakat. Apa yang ditanyakan oleh masyarakat akan dijawab secara langsung, sehingga akan dapat menjawab ketidaktahuan masyarakat selama ini (Donni, 12 Januari 2012).

Dalam wawancara dengan Rudi (16 Januari 2012) juga mengatakan *press briefing* juga pernah dilakukan dalam bentuk pelatihan, baik pelatihan penulisan berita, pelatihan mengenai informasi program KB yang diberikan kepada wartawan media massa, sehingga apa yang ditulis

wartawan mengenai informasi BKKBN Provinsi Riau menjadi berkualitas karena ditulis oleh wartawan yang sudah memiliki banyak pengetahuan dan wawasan mengenai semua hal yang bersangkutan dengan informasi program KB.

6. *Press Statement*

Donni (12 Januari 2012) mengatakan bahwa kegiatan *press statement* biasa dilakukan di ruangan Kepala BKKBN Provinsi Riau. Pihak media massa sengaja diundang untuk meliput dan mendengarkan keterangan atau informasi yang disampaikan. Keterangan pers dilakukan secara langsung, tatap muka antara pihak media massa dengan pihak BKKBN. Walaupun bisa memberikan keterangan melalui *handphone*, tetapi itu tidak pernah dilakukan karena takut terjadi kesalahpahaman memaknai kata antara kedua belah pihak. Jadi biar aman, lebih baik memberikan keterangan secara langsung saja.

Yulvayanti (13 Januari 2012) juga mengatakan bahwa kegiatan *press statement* sengaja dilakukan untuk memberikan informasi-informasi terbaru mengenai program KB seperti sosialisasi alat kontrasepsi yang baru, cara penggunaan dan dampak penggunaannya, dan lain sebagainya.

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ledi (17 Januari 2012), ia mengatakan bahwa BKKBN Provinsi Riau memberikan informasi mengenai program KB lewat *press statement* yang diadakan langsung di

ruangan Kepala BKKBN Provinsi Riau. Pihak media massa diundang secara resmi oleh pihak BKKBN Provinsi Riau.

7. *Press Interview*

Aktivitas *media relatios* ini juga oleh BKKBN Provinsi Riau. Tetapi inisiatif tidak sepenuhnya datang dari media massa, tetapi juga atas permintaan BKKBN Provinsi Riau karena BKKBN Provinsi Riau juga merasa membutuhkan media massa untuk melakukan *press interview*. Oleh karena itu sebelum melakukan *press interview*, antara BKKBN Provinsi Riau dan media massa akan melakukan perjanjian (Donni, 12 Januari 2012).

Hal yang sama juga dikatakan oleh Rudi (16 Januari 2012) bahwa inisiatif melakukan aktivitas *press interview* bukan hanya dari wartawan saja. Terkadang pihak BKKBN Provinsi Riau yang menawarkan terlebih dahulu untuk melaksanakan *press interview*.

Informasi yang disampaikan masih berkisar mengenai sosialisasi program KB, pemberian informasi pencapaian target KB beberapa bulan terakhir, manfaat pengetahuan KB bagi setiap masyarakat, dan lain sebagainya. Kegiatan ini bertujuan agar media massa mempublikasikan informasi-informasi tersebut agar masyarakat lebih mengetahui tentang arti dan manfaat dari program KB tersebut (Edi Maisa, 13 Januari 2012).

8. *News Clipping*

Semua berita yang ada di media cetak mengenai kegiatan BKKBN Provinsi Riau, terutama mengenai sosialisasi program KB di gunting kemudian diketik ulang untuk dikirim ke BKKBN Pusat, setelah itu di tempel pada kertas format klipping pers yang sudah disediakan. Kemudian klipping tersebut disimpan dalam sebuah map untuk menjadi arsip atau dokumentasi BKKBN Provinsi Riau (Yulvayanti, 13 Januari 2012).

Donni (12 Januari 2012) dalam wawancaranya mengatakan bahwa tidak hanya berita yang diklipping oleh BKKBN Provinsi Riau, foto-foto

semua kegiatan pun dikumpulkan kemudian disimpan sebagai arsip dan dokumentasi.

Hasil observasi penulis, *clipping* dikumpulkan pada sebuah map. Format *clipping* sudah di buat terlebih dahulu, sehingga ketika ada berita mengenai BKKBN Provinsi Riau, langsung digunting dan ditempelkan pada kertas format terbut.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, selain dari beberapa aktivitas *media relations* yang dipaparkan di atas, BKKBN Provinsi Riau juga mempunyai aktivitas *media relations* melalui media *on-line*. BKKBN Provinsi Riau memiliki *website* sendiri dengan alamat www.bkkbn.go.id yang bisa dibuka atau dikunjungi oleh semua masyarakat. Semua kegiatan-kegiatan mengenai program KB yang terbaru, laporan pencapaian target setiap bulan, visi dan misi BKKBN Provinsi Riau dan lain sebagainya tercantum di *website* tersebut.

Aktivitas *media relations* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau berisi mengenai informasi program Keluarga Berencana (KB) antara lain sebagai berikut:

1. Memberikan informasi tentang arti keluarga berencana

Di setiap aktivitas *media relations* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau, baik dalam bentuk tulisan dan lisan informasi tentang arti keluarga berencana selalu diberikan. Karena memberikan pemahaman awal mengenai arti KB kepada masyarakat akan lebih baik, sehingga masyarakat menyadari akan pentingnya KB (Rudi, 16 Januari 2012).

Ledi (17 Januari 2012) juga mengatakan dalam wawancaranya bahwa dalam setiap aktivitas *media relations* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau, informasi yang disampaikan terlebih dahulu adalah arti keluarga berencana. Di dalam pelatihan yang diadakan untuk pihak media massa, informasi atau materi tentang arti keluarga berencana juga disampaikan, sehingga pihak media massa pun mengerti dan lebih mudah menuliskan berita atau menampilkan berita mengenai keluarga berencana.

2. Menginformasikan tentang manfaat keluarga berencana

Yulvayanti (13 Januari 2012) mengatakan bahwa informasi tentang manfaat pun disampaikan, seiring dengan informasi tentang arti keluarga berencana. Hampir di setiap berita di media cetak, informasi manfaat KB selalu disebutkan. Ini dapat dilihat di *news clipping* yang sengaja disusun oleh BKKBN Provinsi Riau sebagai arsip dan dokumentasi.

Hampir di setiap *press release* yang dikirim oleh BKKBN Provinsi kepada media massa, informasi mengenai manfaat KB disampaikan. walaupun *release* yang dikirim tersebut mengenai kegiatan program KB (Ledi, 17 Januari 2012).

3. Memberikan informasi tentang cara ber-KB dan metode kontrasepsi

Donni (12 Januari 2012) mengatakan bahwa informasi tentang cara ber-KB dan metode kontrasepsi disampaikan langsung kepada masyarakat. Misalnya dalam acara seminar atau pelayanan KB yang diadakan di kabupaten/kota, kemudian BKKBN bekerjasama dengan

klinik-klinik, puskesmas, dan bidan-bidan yang ada di daerah tersebut. Informasi ini diberikan dengan tujuan agar masyarakat mengetahui cara ber-KB yang tepat dan mengetahui metode kontrasepsi sehingga dalam pemilihan alat kontrasepsi tidak keliru.

Dalam penyampaian informasi cara ber-KB dan metode kontrasepsi, wartawan diajak untuk meliput secara langsung kegiatan tersebut. BKKBN Provinsi Riau begitu memanfaatkan media massa dalam menyampaikan informasi program KB kepada masyarakat. Aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program keluarga berencana di BKKBN Provinsi Riau terlihat berjalan lancar karena hubungan yang terjalin antara wartawan dan pihak media massa baik, sehingga sangat membantu BKKBN Provinsi Riau dalam proses sosialisasi program KB (Ledi, 17 Januari 2012).

4. Memberikan penjelasan tentang penggunaan alat kontrasepsi agar tepat dan cocok dalam pemilihan alat kontrasepsi

Donni (12 Januari 2012) mengatakan bahwa informasi tentang penggunaan alat kontrasepsi ini sangat penting. Karena dari hasil di lapangan, masyarakat sering kali menggunakan alat kontrasepsi yang tidak cocok. Penyampaian informasi ini tidak hanya secara langsung diberikan kepada masyarakat, tetapi dalam kegiatan *press statement*, *press briefing* hal ini juga sering disampaikan kepada pihak media massa agar dipublikasikan. Sebagai contoh penyampaian informasi untuk wanita dengan gangguan hati dilarang menggunakan pil KB. Ini dapat dilihat di *news clipping* BKKBN Provinsi Riau.

Selain melakukan wawancara dengan pihak internal BKKBN Provinsi Riau dan wartawan media massa, penulis juga melakukan wawancara dengan Ilham M Yasir (14 Januari 2012) selaku Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Pekanbaru untuk memberikan tanggapan mengenai aktivitas *media relations* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau dalam menyampaikan informasi KB.

Aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau sudah sangat baik, mulai dari pengiriman *press release*, penyediaan bulletin, majalah, brosur, penyelenggaraan *press conference*, *press tour*, *press gathering*, *press briefing*, *press interview*, *press statement* dan penyusunan *news clipping*. Semua aktivitas yang dilakukan tersebut membantu BKKBN Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program KB. Tetapi mengingat masyarakat sekarang yang terkesan acuh dengan program pemerintah, tidak cukup hanya dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau saat ini. BKKBN Provinsi Riau harus lebih agresif dan kreatif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak agar *feed back* yang diharapkan sesuai dengan yang diinginkan oleh BKKBN Provinsi Riau itu sendiri. BKKBN Provinsi Riau harus berani mengeluarkan biaya yang besar untuk pembuatan iklan pariwisata kegiatan KB yang akan dilaksanakan, sehingga terjalin kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Karena media massa sekarang kurang tertarik dengan pemberitaan saja, harus ada pemasukan juga bagi media massa, misalnya juga menjalin kerjasama bisnis. Dengan begitu, masyarakat akan lebih tertarik pada kegiatan yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau. Seharusnya BKKBN Provinsi Riau harus pandai memahami media. Selain itu, sebaiknya pihak BKKBN Provinsi Riau juga mempelajari ilmu jurnalistik sehingga terjalin kerjasama yang lebih baik lagi (Ilham, 14 Januari 2012).

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Aktivitas *Media Relations* Dalam Menyampaikan Informasi Program Keluarga Berencana Di BKKBN Provinsi Riau

1. Faktor Pendukung

Dari hasil wawancara dengan kasubbid Advokasi & KIE (Donni, 12 Januari 2012), dan wartawan media massa (Ledi, 17 Januari 2012), faktor pendukung dalam melakukan aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program KB di BKKBN Provinsi Riau, antara lain sebagai berikut:

- a. Adanya anggaran dana tersendiri dari BKKBN Provinsi Riau untuk melaksanakan aktivitas *media relations*.
- b. Adanya forum Ikatan Penulis Keluarga Berencana yang sangat membantu dalam menjalin hubungan media massa dan membantu dalam sosialisasi program KB.
- c. Adanya sikap saling terbuka dan saling memberikan informasi, sehingga terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan (simbiosis mutualisme).
- d. Sudah terjalin hubungan yang sangat lama antara BKKBN Provinsi Riau dan pihak media massa diantaranya media cetak Riau Pos, Pekanbaru Pos, Haluan Riau, Pekanbaru MX, Metro Riau, Tribun, Koran Riau, media elektronik Radio Barabhas, Riau Televisi, TVRI Riau, sehingga memudahkan kedua belah pihak menjalin hubungan yang intens dalam memperoleh informasi terbaru.

Berdasarkan observasi penulis pada dokumentasi BKKBN Provinsi Riau, ada anggaran tersendiri untuk wartawan-wartawan media massa yang menjalin hubungan dengan BKKBN Provinsi Riau. Hal ini yang menjadi faktor pendukung dalam menjalankan aktivitas *media relations* di BKKBN Provinsi Riau. Selain itu, BKKBN Provinsi Riau juga menjalin hubungan dengan hampir semua media massa yang ada di Pekanbaru, sehingga akan membantu BKKBN Provinsi Riau dalam menyampaikan informasi mengenai program KB kepada masyarakat.

2. Faktor Penghambat

Dari hasil wawancara salah satu staff Advokasi & KIE (Edi Maisa, 13 Januari 2012), faktor penghambat dalam melakukan aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program KB di BKKBN Provinsi Riau bagi BKKBN Provinsi Riau, antara lain sebagai berikut:

- a. Adanya wartawan yang tidak jelas atau biasa disebut wartawan gadungan, yang hanya ingin memperoleh keuntungan atau honor dari BKKBN Provinsi Riau sehingga berita yang seharusnya dipublikasikan, tidak dipublikasikan.
- b. Ketidaksesuaian yang diharapkan BKKBN Provinsi Riau dengan apa yang ditulis atau ditampilkan di media massa. Misalnya dari segi judul, BKKBN Provinsi Riau ingin judul yang lebih menonjolkan program KB, tetapi dari media massa menampilkan lain, sehingga ketika masyarakat membaca judul tersebut tidak menggambarkan informasi KB. Contoh

yang lain, BKKBN Provinsi Riau ingin foto yang ditampilkan besar tetapi yang ditampilkan sangat kecil dan dipojok media cetak, sehingga pembaca berkemungkinan tidak membaca informasi tersebut.

- c. Keterlambatan penerbitan berita program KB di media massa. Seharusnya berita diterbitkan hari ini, tetapi beritanya satu atau dua hari kemudian baru diterbitkan atau ditampilkan
- d. Keterlambatan wartawan dalam menghadiri aktivitas *media relations* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau, sehingga informasi yang diperoleh oleh wartawan yang terlambat tidak lengkap.
- e. Masih ada wartawan yang kurang memiliki wawasan tentang program KB, sehingga tulisan atau informasi yang disampaikan tidak seperti yang diinginkan oleh BKKBN Provinsi Riau.

Dari hasil wawancara dengan salah satu wartawan media elektronik Riau TV (Ledi, 17 Januari 2012), faktor penghambat dalam melakukan aktivitas *media relations* di BKKBN Provinsi Riau adalah sebagai berikut:

- a. Adanya perbedaan jam kerja antara wartawan dengan pihak BKKBN Provinsi Riau.
- b. Kurangnya kreatifitas dari BKKBN Provinsi Riau dalam melaksanakan aktivitas *media relations*, sehingga berita atau informasi yang ditampilkan terkesan biasa.

Berdasarkan observasi penulis pada *news clipping*, sering terjadinya keterlambatan penerbitan berita di media massa, terutama media cetak. Acara

yang sudah diliput, diterbitkan dua atau tiga hari setelah peliputan, sehingga berita sudah terkesan tidak *update* lagi. Ini dianggap sebagai faktor penghambat dalam melakukan aktivitas *media relations*. Selain itu, berita yang diliput oleh wartawan media massa cenderung biasa dan tidak kreatif sehingga wartawan kurang tertarik pada kegiatan yang dilaksanakan oleh BKKBN Provinsi Riau.

BAB IV

ANALISA DATA

A. Aktivitas *Media Relations* Dalam Menyampaikan Informasi Program Keluarga Berencana di Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau

Media relations merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi (Iriantara, 2005: 32).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau memiliki pandangan yang sama dengan teori *media relations*, yaitu membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa untuk menyampaikan informasi Keluarga Berencana kepada masyarakat dalam mewujudkan visi dan misi instansi tersebut.

Selain itu, konsep arus komunikasi dalam *media relations* dengan aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau memiliki kesamaan. BKKBN Provinsi Riau menyampaikan informasi atau berita melalui media massa untuk dipublikasikan kepada masyarakat. BKKBN Provinsi Riau menganggap bahwa dengan menjalin kerjasama dengan media massa akan

membantu dalam sosialisasi program KB dan informasi yang dipublikasikan akan mempengaruhi masyarakat di dalam penerimaan informasi.

Hal tersebut juga sesuai dengan teori difusi-inovasi yang digunakan oleh penulis. BKKBN Provinsi Riau melaksanakan aktivitas *media relations* dalam rangka menyampaikan informasi-informasi terbaru atau inovasi melalui media massa agar dapat diterima secara baik oleh masyarakat.

Media massa yang digunakan oleh BKKBN Provinsi Riau dalam menyampaikan informasi keluarga berencana adalah media cetak, elektronik dan *on-line*. Menurut analisa penulis, media massa yang digunakan oleh BKKBN Provinsi tersebut sudah cukup membantu BKKBN Provinsi Riau dalam menjalankan aktivitas *media relations*. Lewat media-media tersebut informasi-informasi mengenai program KB disampaikan ke berbagai lapisan masyarakat secara menyeluruh, sehingga mempercepat proses adopsi di masyarakat.

Aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program KB di BKKBN Provinsi Riau adalah sebagai berikut:

1. *In-house Journal*

In-house journal digunakan sebagai publikasi atau sebagai sarana komunikasi yang ditujukan pada kalangan terbatas; seperti karyawan, relasi bisnis, nasabah atau konsumen dalam bentuk *press release*, *magazine*, *tabloid*, *bulletin*, *company profile*, *annual report*, prospektus, brosur dan lain sebagainya (Ruslan, 2005: 158).

Berdasarkan teori diatas *in-house journal* yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau adalah penulisan dan pengiriman *press release* ke media massa, penyediaan *magazine*, *tabloid*, buletin, *company profile* dan brosur yang berisi tentang informasi dan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan program KB. Sedangkan *annual report* dan prospektus tidak dilaksanakan oleh BKKBN Provinsi Riau karena bagi mereka kegiatan *in-house journal* yang telah dilaksanakan sudah sangat cukup dalam menyampaikan informasi mengenai program KB.

Menurut analisa penulis, kegiatan *in-house journal* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau sudah membantu instansi tersebut dalam menyampaikan informasi program KB, selama masih dilakukan secara terus-menerus karena proses komunikasi yang berketetapan dan konsisten mampu mempengaruhi ide, sikap dan pemikiran masyarakat. Walaupun kegiatan *in-house journal* tidak semuanya dipublikasikan kepada media massa, namun masih bisa tetap dibaca sebagai bahan penambah wawasan bagi karyawan-karyawan dan pihak luar yang berkunjung ke BKKBN Provinsi Riau. Sehingga apabila ada acara kegiatan *media relations* yang langsung bertemu dengan wartawan media massa, karyawan tersebut dapat menyampaikan informasi yang ada di majalah, bulletin dan brosur tersebut kepada wartawan.

2. *Press Conference*

Press Conference merupakan suatu pertemuan khusus dengan pihak pers yang bersifat resmi dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau

permasalahan tertentu yang tengah dihadapi oleh seorang *public relations* dalam bentuk acara jumpa pers yang telah ditetapkan waktu, tempat dan dihadiri oleh wartawan dari berbagai media massa (Aceng, 2004: 86).

Press conference oleh BKKBN Provinsi Riau dilakukan seiringan dengan kegiatan yang dilakukan, sehingga informasi yang diberikan pada *press conference* tersebut berkaitan dengan kegiatan sebelumnya.

Penyelenggaraan *press conference* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau tidak hanya sebagai upaya menjelaskan rencana atau permasalahan saja tetapi juga sebagai upaya penyampaian informasi mengenai program Keluarga Berencana yang terbaru, mulai dari informasi pencapaian target setiap bulan, kegiatan-kegiatan tentang sosialisasi KB, pemahaman mengenai arti, manfaat KB, dan lain sebagainya.

Menurut analisa penulis, kegiatan *press conference* yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau sudah membantu dalam proses penyampaian informasi program KB kepada masyarakat. Dengan penyampaian informasi secara langsung kepada wartawan media massa akan membuat informasi yang diterbitkan pada media cetak dan elektronik lebih jelas kebenarannya informasinya. Pada kegiatan ini juga, wartawan dari berbagai media massa lebih leluasa bertanya mengenai informasi program KB, sehingga akan lebih banyak lagi informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Selain itu, kegiatan ini menjadi waktu yang tepat menjalin hubungan kerjasama yang lebih erat dan kedekatan emosional antara BKKBN Provinsi Riau dengan

wartawan media massa, sehingga akan lebih merasa nyaman dan senang dalam bekerja bagi masing-masing pihak.

3. *Press Tour*

Sejumlah wartawan berasal dari berbagai media massa diajak wisata kunjungan ke suatu *event* khusus, atau peninjauan ke luar kota bersama dengan pejabat instansi atau pimpinan perusahaan untuk meliput secara langsung mengenai kegiatan tertentu (Nurudin, 2008: 16).

Press tour oleh BKKBN Provinsi Riau sudah sering dilakukan, seperti pada acara studi banding ke Bandung bersama dengan pihak media massa. Wartawan diikutsertakan dalam kegiatan tersebut, sehingga wartawan bisa meliput secara langsung kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan. BKKBN Provinsi Riau memiliki anggaran tersendiri untuk acara *press tour* tersebut.

Aktivitas *media relations* ini tidak hanya sebatas pekerjaan saja bagi wartawan ataupun bagi BKKBN Provinsi Riau itu sendiri, tetapi juga akan mempererat hubungan kerjasama yang telah dijalin.

Menurut analisa penulis, *press tour* yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau sejalan dengan teori yang disebutkan di atas karena memiliki pandangan yang sama mengenai kegiatan tersebut dan memiliki tujuan yang sama. BKKBN Provinsi Riau sengaja menganggarkan dana setiap tahunnya karena kegiatan ini penting dilaksanakan dalam rangka menggemakan kegiatan-kegiatan BKKBN Provinsi Riau dan menyampaikan informasi

kepada masyarakat bahwa BKKBN Provinsi Riau tidak hanya melaksanakan kegiatan-kegiatan seremonial saja.

4. *Press Gathering*

Press gathering merupakan kegiatan menjamu pers atau wartawan, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal, seperti: *event-event* olahraga bersama, kumpul bersama dalam acara ulang tahun perusahaan atau pada acara keagamaan (Ruslan, 2005: 160).

Press gathering pernah dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau pada kegiatan Hari Keluarga Nasional setiap tanggal 26 Juni. BKKBN Provinsi Riau secara resmi mengundang pihak media massa untuk hadir di *event* tersebut. Tidak hanya untuk mencari informasi tetapi juga mengikuti rangkaian acara tersebut.

Analisa penulis mengenai *press gathering* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun hanya pada satu kegiatan saja. BKKBN Provinsi Riau menjamu wartawan melalui *event* Hari Keluarga Nasional sebagai momentum untuk membangun kerjasama yang solid, sehingga lebih mudah bagi BKKBN Provinsi Riau untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai atri KB, manfaat KB, penggunaan alat kontrasepsi dan cara penggunaan dan pemilihan yang tepat.

Menurut analisa penulis, BKKBN Provinsi Riau kurang memfokuskan dan memperbanyak kegiatan *media relations* pada kegiatan *press gathering* ini. BKKBN Provinsi Riau lebih memfokuskan pada kegiatan-kegiatan *media*

relations yang lain. Padahal *press gathering* ini memiliki manfaat yang besar bagi BKKBN Provinsi Riau dalam melaksanakan kegiatan *media relations*, sehingga acara-acara keagamaan dan olahraga bersama apabila mengikutsertakan wartawan akan menjadikan BKKBN Provinsi Riau ramah dan terbuka di mata masyarakat yang mendapatkan informasi di media massa. Dengan begitu, masyarakat akan lebih simpatik dan mudah dalam menerima informasi-informasi program KB yang diberikan oleh BKKBN Provinsi Riau.

5. *Press Briefing*

Jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara periodik dengan sistem diskusi atau berdialog. Wartawan diberi kesempatan untuk menggali seluas-luasnya mengenai suatu informasi, masalah yang sedang aktual dan faktual (Aceng, 2004: 88).

Press briefing oleh BKKBN Provinsi dilaksanakan dalam bentuk pelatihan untuk wartawan mengenai program-program keluarga berencana agar dalam menulis berita wartawan memiliki wawasan mengenai informasi tersebut, sehingga berita yang disajikan kepada masyarakat adalah tulisan yang berkualitas.

BKKBN Provinsi Riau yang memiliki inisiatif untuk memberikan pelatihan tersebut, demi kelancaran dalam menyampaikan informasi mengenai program KB. *Press briefing* yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau tidak diselenggarakan secara periodik sebagaimana yang disebutkan dalam teori, kegiatan ini dilakukan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan BKKBN dalam

memberikan informasi-informasi mengenai program KB, agar masyarakat mau ikutserta dalam program KB tersebut.

Menurut analisa penulis, BKKBN Provinsi Riau lebih berinisiatif dalam melaksanakan *press briefing* yang berupa kegiatan pelatihan tersebut, karena pihak BKKBN Provinsi Riau menginginkan pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat lebih berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan bersama. BKKBN Provinsi Riau melaksanakan kegiatan *press briefing* dalam bentuk pelatihan karena akan memperoleh dua manfaat sekaligus, yaitu penulis mengetahui informasi-informasi mengenai program KB terbaru dan menghasilkan pesan-pesan berkualitas yang siap diterbitkan di media massa.

6. *Press Statement*

Keterangan pers bisa dilakukan kapan dan di mana saja oleh nara sumber, tanpa ada undangan resmi. Bisa dilakukan melalui telephon (Tondowidjojo, 2002: 35).

BKKBN Provinsi Riau juga melakukan aktivitas *press statement*. Wartawan diundang secara resmi melalui surat untuk dapat menghadiri acara tersebut. Dalam kegiatan ini, BKKBN Provinsi Riau tidak pernah memberikan *statement* melalui telephon karena bagi BKKBN Provinsi Riau takut menimbulkan salah pemahaman atau persepsi atas informasi yang diberikan.

Analisa penulis terhadap ketidaksesuaian antara teori dan fakta di lapangan ini dikarenakan BKKBN Provinsi Riau ingin lebih komunikatif kepada wartawan agar berita yang disajikan lewat media cetak ataupun elektronik akan tepat sasaran dan tidak terjadi perbedaan persepsi. Dengan cara memberikan *statement* secara langsung, kedua belah pihak akan melakukan diskusi sehingga informasi yang didapatkan oleh wartawan lebih banyak.

7. *Press Interview*

Inisiatif wawancara datang dari pihak pers atau wartawan setelah melalui perjanjian atau konfirmasi dengan seorang *public relations* sebagai nara sumbernya.

Sementara aktivitas *press interview* di BKKBN Provinsi Riau dilakukan bukan atas inisiatif wartawan saja, tetapi lebih sering inisiatif datang dari BKKBN Provinsi Riau dikarenakan BKKBN Provinsi Riau memang harus melakukan aktivitas *media relations* tersebut untuk mensosialisasikan program-program BKKBN Provinsi Riau. Kegiatan ini akan dilaksanakan setelah melakukan perjanjian dengan pihak media massa terlebih dahulu.

Analisa penulis terhadap hal ini, wartawan saat sekarang ini kurang tertarik untuk melakukan kegiatan pers yang bersifat pemberitaan terus-menerus, mereka lebih tertarik pada instansi atau lembaga yang mempunyai ide kreatif dalam penyajian informasi. Seharusnya BKKBN Provinsi Riau

lebih memahami apa yang diinginkan oleh pihak media massa, tidak hanya sebatas kerjasama dalam hal pemberitaan saja.

8. *News Clipping*

Suatu kegiatan memilih, menggunting, menyimpan dan kemudian memperbanyak mengenai suatu berita (*news*) atau karangan (*artikel*), serta foto berita (*photo press*) pada *event* atau peristiwa tertentu yang telah terjadi dan dimuat diberbagai media cetak, seperti surat kabar, majalah berita, tabloid dan lain sebagainya yang kemudian dikliping. (Ruslan, 2005: 180).

Aktivitas ini sudah dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau. *News clipping* berisi mengenai berita atau informasi-informasi tentang program KB yang sudah diterbitkan oleh pihak media massa. *News clipping* tersebut kemudian diarsipkan dan disimpan dalam sebuah map sebagai dokumentasi.

Menurut analisa penulis, kegiatan ini masih dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau karena sangat berguna untuk dokumentasi dan pembuktian kepada pihak luar ataupun BKKBN Pusat bahwa mereka telah melaksanakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan sosialisasi program KB kepada masyarakat melalui media massa.

Aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau berisi informasi mengenai program-program KB, yaitu:

1. Informasi tentang arti Keluarga Berencana
2. Informasi tentang manfaat Keluarga Berencana
3. Informasi tentang cara ber-KB dan metode kontrasepsi

4. Penjelasan tentang penggunaan alat kontrasepsi agar tepat dan cocok dalam pemilihan alat kontrasepsi

Berdasarkan fakta yang ada, informasi-informasi ini sudah disampaikan oleh BKKBN Provinsi Riau pada semua aktivitas *media relations* yang telah dilaksanakan. Ini sesuai dengan teori informasi program KB yang digunakan.

Menurut analisa penulis, informasi-informasi yang disampaikan kepada masyarakat mengenai program KB di atas sudah mewakili program KB yang ditargetkan oleh BKKBN Provinsi Riau. Dengan memberikan informasi-informasi tersebut, diharapkan masyarakat mengerti dan mengikuti program tersebut serta membantu BKKBN dalam mewujudkan visi dan misinya yaitu, penduduk yang tumbuh seimbang tahun 2015.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Aktivitas *Media Relations* Dalam Menyampaikan Informasi Program Keluarga Berencana Di BKKBN Provinsi Riau

1. Faktor-Faktor Pendukung

Menurut analisa penulis sesuai dengan penelitian yang dilakukan di lapangan, yang menjadi faktor pendukung BKKBN Provinsi Riau dalam pelaksanaan aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program KB, yaitu adanya anggaran dana tersendiri dari BKKBN Provinsi Riau untuk melaksanakan aktivitas tersebut. Hal ini dapat dilihat dari adanya

pemberian honor pada setiap aktivitas *media relations* kepada wartawan media massa.

Selain itu adanya forum Ikatan Penulis Keluarga Berencana dan adanya sikap saling terbuka dan saling memberikan informasi juga merupakan faktor pendukung dalam melaksanakan aktivitas *media relations*. Dengan adanya forum dan sikap saling terbuka tersebut akan tercipta hubungan kerjasama yang saling menguntungkan (simbiosis mutualisme) antara BKKBN Provinsi Riau dengan wartawan media massa.

Dengan adanya faktor-faktor pendukung tersebut membuat BKKBN Provinsi Riau tetap bisa melanjutkan aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi-informasi program KB kepada masyarakat. Hal tersebut harus dijadikan motivasi bagi BKKBN Provinsi Riau untuk lebih kreatif dalam menyajikan informasi kepada masyarakat agar masyarakat dan pihak media tertarik mendengarkan serta menyajikan informasi tersebut.

2. Faktor-Faktor Penghambat

Menurut analisa penulis faktor penghambat bagi BKKBN Provinsi Riau dalam melaksanakan aktivitas *media relations*, yaitu adanya wartawan yang tidak jelas atau biasa disebut wartawan gadungan, yang hanya ingin memperoleh keuntungan atau honor dari BKKBN Provinsi Riau sehingga berita yang seharusnya dipublikasikan, tidak dipublikasikan. Kemudian adanya ketidaksesuaian yang diharapkan BKKBN Provinsi Riau dengan apa yang ditulis atau ditampilkan di media massa. Misalnya dari segi judul, BKKBN

Provinsi Riau ingin judul yang lebih menonjolkan program KB, tetapi dari media massa menampilkan lain, sehingga ketika masyarakat membaca judul tersebut tidak menggambarkan informasi KB.

Selain itu, keterlambatan penerbitan berita program KB di media massa. Seharusnya berita diterbitkan hari ini, tetapi beritanya satu atau dua hari kemudian baru diterbitkan atau ditampilkan, sehingga berita yang diterbitkan sudah “basi” untuk dibaca. Kemudian keterlambatan wartawan dalam menghadiri acara yang dilakukan BKKBN Provinsi Riau, sehingga informasi yang diperoleh oleh wartawan tidak lengkap.

Bagi wartawan media massa faktor penghambat dalam melakukan aktivitas *media relations* di BKKBN Provinsi Riau yaitu adanya perbedaan jam kerja antara wartawan dengan pihak BKKBN Provinsi Riau dan kurangnya kreatifitas dari BKKBN Provinsi Riau dalam melaksanakan aktivitas *media relations*, sehingga berita atau informasi yang ditampilkan terkesan biasa.

Menurut analisa penulis, faktor-faktor penghambat dalam melaksanakan aktivitas *media relations* di BKKBN Provinsi Riau terjadi karena kurang saling pengertian antara kedua belah pihak. Wartawan kurang tertarik dengan kerjasama pemberitaan-pemberitaan saja, sementara BKKBN Provinsi Riau masih menganggap bahwa aktivitas *media relations* yang mereka lakukan masih efektif dan membantu dalam menyampaikan informasi program KB tanpa melakukan kreasi atau inovasi terbaru.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penyajian data kemudian penulis menganalisa data tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau dalam menyampaikan informasi program KB adalah ***in-house journal (press release, buletin, majalah dan brosur)*** dengan cara menulis *release* yang berisi informasi mengenai arti KB, manfaat KB, pengenalan dan penggunaan alat kontrasepsi dan sebagainya kemudian dikirim kepada pihak media massa untuk dipublikasikan, ***press conference*** adalah memberikan informasi kepada wartawan mengenai informasi program KB dengan cara mengundang wartawan media massa secara resmi, ***press tour*** dengan cara mengajak wartawan pada *event-event* khusus kemudian wartawan akan meliput kegiatan secara langsung, ***press gathering*** dengan mengundang wartawan media massa dalam acara resepsi atau seremonial dan diakhiri dengan makan bersama, ***press briefing*** dengan melakukan diskusi atau dialog interaktif yang ditayangkan secara live oleh media elektronik, ***press statement*** langsung disampaikan oleh Kepala BKKBN Provinsi Riau mengenai informasi KB atau menanggapi fenomena

yang terjadi dengan cara mengundang wartawan media massa secara resmi, *press interview* dengan cara mengadakan perjanjian antara kedua belah pihak untuk melakukan wawancara mengenai program KB, *news clipping* dengan cara mengumpulkan berita-berita yang ada, kemudian digunting dan disusun sebagai bahan dokumentasi BKKBN Provinsi Riau.

2. Faktor pendukung aktivitas *media relations* dalam menyampaikan informasi program KB di BKKBN Provinsi Riau yaitu adanya anggaran dana tersendiri, adanya forum Ikatan Penulis Keluarga Berencana, adanya sikap saling terbuka dan saling memberikan informasi, sehingga terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan (simbiosis mutualisme). Sedangkan faktor penghambatnya yaitu adanya wartawan yang tidak jelas, ketidaksesuaian yang diharapkan BKKBN Provinsi Riau dengan apa yang di tulis atau di tampilkan di media massa, keterlambatan penerbitan berita program KB di media massa, perbedaan jam kerja wartawan dengan BKKBN Provinsi Riau, serta kurangnya kreativitas BKKBN Provinsi Riau dalam mengkonsep penyajian informasi kepada wartawan media massa.

B. Saran

1. Hendaknya Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Riau harus membentuk sub bagian khusus *media relations* karena melihat dari pemaparan-pemaparan sebelumnya bahwa *media relations* sangat penting dan sangat berpengaruh dalam mensosialisasikan program KB kepada masyarakat.

2. Memberikan pendidikan atau ilmu jurnalistik kepada staff yang melaksanakan aktivitas *media relations* agar memudahkan kedua belah pihak dalam menyamakan makna atau sesuatu yang ingin dicapai.
3. Meningkatkan hubungan kerjasama dengan media massa agar informasi mengenai program KB secara terus-menerus disampaikan kepada masyarakat.
4. Hendaknya BKKBN Provinsi Riau lebih kreatif dalam melaksanakan aktivitas *media relations*, agar tidak timbul kejenuhan dari wartawan ataupun masyarakat.
5. Hendaknya aktivitas *media relations* yang telah dilakukan oleh BKKBN Provinsi Riau ditingkatkan atau kalau bisa ditambah demi tercapainya tujuan visi dan misi BKKBN Provinsi Riau yaitu penduduk tumbuh seimbang pada tahun 2015.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Aceng. 2004. *Press Relations: Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Black, Sam dan Sharpe. 1988. *Ilmu Hubungan Masyarakat Praktis*. Jakarta: PT. Intermasa.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja RosdaKarya.
- _____. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 1992. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hartanto, Hanafi. 2010. *Keluarga Berencana dan Kontrasepsi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank. 1992. *Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Intermasa.
- _____. 1995. *Public Relations*. Jakarta: PT Intermasa.
- Kriyantono, Rakhmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Lesly, Philip. 1991. *Public Relations and Communications*. Chicago: Probus Pub.
- Mogel, Leonard. 1993. *Making it Public Relations*. New York: Macmillan Publicing Company.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kulaitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja RosdaKarya.

- Nurudin. 2008. *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Pawit. 2008. *Ilmu Informasi Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rakhmat Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rachman dkk. 2009. *Komunikasi Inovasi*. Pekanbaru: Unri Press.
- Ruslan, Rosady. 1995. *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pilihan Citra*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- _____.2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Subagyo, P Joko. 1991. *Metode Penelitian Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Syah, Hidayat. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Verifikatif*. Pekanbaru: Suska Pers.
- Tondowidjojo, John. 2002. *Dasar dan Arah Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wahyudi. 1992. *Teknologi Informasi Dan Produksi Citra Bergerak*. Jakarta: PT. Gramedia pustaka utama.
- Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.